



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 10.247, DE 2018 **(Do Sr. João Gualberto)**

Determina o percentual mínimo de cacau nos chocolates e seus derivados, nacionais e importados, comercializados em todo o território nacional e torna obrigatória a informação do percentual de cacau nos rótulos de cacau.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-919/2015.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei determina o percentual de cacau nos chocolates e seus derivados, nacionais ou importados, comercializados em todo o território nacional, como “chocolate”, “chocolate branco” e outros correlatos que possam persuadir a decisão de consumo de produtos que contenham cacau ou derivado de cacau em sua composição, tornando obrigatória a informação do percentual dos ingredientes em sua formulação, visando à fiscalização pela ANVISA.

Art. 2º Para fins de definição dos produtos que são objeto desta Lei, as denominações de venda e características dos produtos de chocolate e seus derivados são descritas conforme as definições a seguir:

I - massa de cacau, pasta ou líquido: produto obtido pela transformação de amêndoas de cacau limpas, descascadas e torradas, moídas, fundidas, arrefecidas e moldadas.

II - manteiga de cacau: matéria gorda obtida a partir de amêndoas de cacau limpas, descascadas e torradas ou de parte destas amêndoas com teor de ácidos graxos livres, expresso em ácido oleico, com no máximo 1,75% (um inteiro e setenta e cinco décimos por cento) de matérias insaponificáveis.

III - cacau em pó: designa o produto obtido pela transformação em pó de amêndoas de cacau limpas, descascadas e torradas que contenha no mínimo 20% (vinte por cento) em massa, de manteiga de cacau expressa em relação à matéria seca e, no máximo, 9% (nove por cento) de umidade.

IV - cacau magro em pó, cacau magro ou cacau fortemente desengordurado em pó: produto obtido a partir de cacau em pó que contenha menos de 20% (vinte por cento) em massa, de manteiga de cacau, expresso em relação a matéria seca.

V - chocolate em pó: produto que consista numa mistura de cacau em pó e de açúcares que contenha pelo menos 32% (trinta e dois por cento) de cacau em pó.

VI - chocolate em pó para bebidas: produto que consista em uma mistura de cacau em pó e açúcares que contenha pelo menos 25% (vinte e cinco por cento) de cacau em pó, sendo que essas denominações deverão ser acompanhadas da indicação “Teor Reduzido de Matéria Gorda” caso o produto tenha um teor reduzido de matéria gorda como definido para cacau magro em pó.

VII - chocolate: designa o produto obtido a partir de cacau e açúcares que, sem prejuízo do disposto no inciso IV, contenha no mínimo 35% (trinta e cinco por cento) de matéria seca total de cacau, dos quais sejam pelo menos 18% (dezoito por cento) de manteiga de cacau e, no mínimo, 14% (catorze por cento) de matéria seca de cacau isenta de gordura, sendo adotados os seguintes parâmetros:

a) chocolate “em grânulos” ou “em flocos”: produto apresentado sob a forma de grânulos ou flocos que contenha, no mínimo, 32% (trinta e dois por cento) de

matéria seca total de cacau, dos quais sejam pelo menos 12% (doze por cento) de manteiga de cacau e, no mínimo, 14% (catorze por cento) de matéria seca de cacau isenta de gordura.

b) chocolate de cobertura: produto que contenha, no mínimo, 35% (trinta e cinco por cento) de matéria seca total de cacau, dos quais sejam pelo menos 31% (trinta e um por cento) de manteiga de cacau e, no mínimo, 2,5% (dois inteiros e cinco décimos por cento) de matéria seca de cacau isenta de gordura.

VIII - chocolate ao leite: produto obtido a partir do cacau, além de açúcares e leite, ou produtos do leite que contenham, no mínimo: 25% (vinte e cinco por cento) de matéria seca total de cacau, sendo, no mínimo 14% (catorze por cento) de matéria seca de leite proveniente da evaporação parcial ou total de leite inteiro, de leite parcial ou totalmente desnatado, de nata, nata parcial ou totalmente desidratada, de manteiga ou de matéria gorda láctea; no mínimo 2,5% (dois inteiros e cinco décimos por cento) de matéria seca de cacau isenta de gordura; no mínimo 3,5% (três inteiros e cinco décimos por cento) de matéria gorda láctea; e no mínimo 25% (vinte e cinco por cento) de matéria gorda total (manteiga de cacau e matéria gorda láctea).

IX - chocolate branco: produto obtido a partir de manteiga de cacau, leite ou produtos do leite e de açúcares, isento de corantes, que contenha, no mínimo, 20% (vinte por cento) de manteiga de cacau e pelo menos 14% (catorze por cento) de matéria seca de leite proveniente da evaporação parcial ou total de leite inteiro, de leite parcial ou totalmente desnatado, de nata, nata parcial ou totalmente desidratada, de manteiga ou de matéria gorda láctea, os quais, apresentem no mínimo, 3,5% (três inteiros e cinco décimos por cento) de matéria gorda láctea.

X - chocolate fantasia ou composto: produto preparado com mistura, em proporções inferiores a 20% (vinte por cento) de cacau, adicionado ou não de leite e outros ingredientes como amêndoas, avelãs, amendoins, nozes, mel e outras substâncias alimentícias que caracterizem o produto, sendo a sua denominação condicionada ao ingrediente com o qual tenha sido preparado.

XI - chocolate com recheio: produto com recheio, cuja parte exterior é constituída por chocolate, chocolate de leite ou chocolate branco.

XII - bombom de chocolate: designa o produto que caiba na boca de uma só vez, constituído por chocolate com recheio diferente da cobertura ou um só tipo de chocolate, uma combinação ou mistura de tipos de chocolate, segundo as definições anteriormente apresentadas e de outras matérias comestíveis, desde que o chocolate represente 25% (vinte e cinco por cento) da massa total do produto.

§ 1º A denominação constante do inciso XI deste artigo não se aplica aos produtos cujo interior seja constituído por produtos de padaria, pastelaria, bolacha, biscoito ou por um gelado alimentar.

§ 2º A parte exterior de chocolate dos produtos que ostentem a denominação contida no inciso XI deste artigo deverá representar, no mínimo, 25% (vinte e cinco por cento) da massa total do produto.

Art. 3º Os rótulos e embalagens dos produtos descritos no art. 2º desta Lei deverão conter o percentual relativo à matéria seca de cacau isenta de gordura, manteiga de cacau, gorduras totais e açúcares componentes da formulação do produto.

§ 1º É obrigatório o destaque da declaração “Contém X% de cacau”, sendo a letra X correspondente ao percentual de matéria seca total de cacau no produto.

§ 2º Na descrição da fórmula no rótulo da embalagem do produto, os caracteres deverão ser nítidos, de leitura acessível e com tamanho mínimo correspondente a um terço dos caracteres usados na grafia da marca do produto.

§ 3º Nas divulgações em peças publicitárias veiculadas no sistema brasileiro de radiodifusão de som e imagem deve ser apresentada a mensagem “este produto contém X% de cacau”.

§ 4º Quando o produto se tratar de “chocolate fantasia”, “chocolate com recheio” ou “bombom de chocolate”, conforme descritos nos incisos X, XI e XII, do Art. 2º desta Lei, deverá o fabricante fazer constar obrigatoriamente nos rótulos, embalagens e peças publicitárias, a declaração: “este produto não é chocolate de acordo com a legislação brasileira”.

§ 5º Os produtos que não se enquadrem nas hipóteses dos incisos X, XI e XII, do Art. 2º desta Lei, e que de algum modo possam induzir o consumidor a entender equivocadamente que se tratem de chocolate, estarão sujeitos às disposições previstas no §3º deste artigo.

§ 6º. No tocante aos produtos importados comercializados no país, as disposições constantes deste artigo, de acordo com os parágrafos anteriores, recairão sobre os importadores.

Art. 4º O descumprimento das disposições previstas nesta Lei constitui infração à Lei Nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Parágrafo Único. Para os casos previstos no caput deste artigo aplicam-se as sanções previstas nos arts. 56, 60 e 66 da Lei Nº 8.078/1990 e na legislação sanitária, sem prejuízo das sanções de natureza cível e penal.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados - ABICAB (2014), o Brasil é o 3º maior produtor de chocolates do mundo, vindo em seguida a países como EUA e Alemanha, e o quarto maior consumidor, apresentando um consumo per capita de 2,5kg de

chocolate/habitante/ano, distante ainda de países como a Suíça, Alemanha e Reino Unido, que apresentam consumo entre 9,5kg e 10,5kg de chocolate/habitante/ano. O setor chocolateiro do país possui 38 indústrias, as quais destinam a sua produção para o mercado interno, mas direcionam uma parcela à exportação.

O mercado nacional de chocolate vem apresentando um crescimento médio em torno de 13% ao ano (ABICAB, 2017). Este fato contribui para que o Brasil seja o único país com condições objetivas de figurar entre os principais produtores de cacau do mundo e um dos principais consumidores mundiais de chocolate. O mercado de chocolate *gourmet/premium*, embora ainda participe com uma parcela pouca expressiva no mercado, vem aumentando a uma taxa duas vezes maior que o mercado do produto tradicional, correspondendo atualmente a 5,6% do total, ficando o chocolate tradicional com 84,4%. As regiões sudeste e sul do país têm o maior consumo per capita de chocolate, enquanto o maior volume é comercializado nas regiões sudeste e nordeste. Atualmente, 39% dos consumidores de chocolate têm a sua decisão de compra com base nos ingredientes contidos no chocolate. O chocolate branco é o preferido entre os consumidores até a idade de 24 anos, enquanto o meio amargo é preferido pelo público acima de 45 anos. As classes C e D ainda mostram pouco conhecimento sobre as propriedades nutricionais do chocolate, mas o interesse em saber mais sobre esse tema vem crescendo ano a ano.

O cacau é um produto vegetal que contém mais de 300 compostos, mesmo em grãos torrados. Seus principais componentes são: a manteiga de cacau (ácidos graxos, oleico, esteárico e palmítico), minerais (magnésio, potássio, ferro e zinco), metilxantinas (teobromina e cafeína), e polifenóis, em adição a outros compostos como tiramina, triptofano e serotonina. Nos anos recentes, o mercado tem dado grande atenção aos polifenóis, devido às suas propriedades antioxidantes, anti-inflamatórias e cardioprotetoras (reduzem a ocorrência de infarto e AVC). Entre os polifenóis, merecem destaque os flavonoides, que estão presentes em alta concentração no cacau (ARAÚJO et al, 2013, em Human Health: from Head to Foot – A Review. Critical Reviews in Food Science and Nutrition). O chocolate contém estimulantes alcaloides, como a cafeína e a teobromina, os quais, ao serem consumidos em quantidades moderadas, geram efeito energético, melhorando a concentração e a disposição física. O chocolate promove sensação de prazer e bem estar, ao estimular a liberação de serotonina, substância incitada em emoções positivas. A gordura da manteiga de cacau não contém colesterol e o percentual de gordura saturada e insaturada em sua constituição está dentro dos padrões estabelecidos pela Associação Americana de Cardiologia.

Apesar de o Brasil figurar como importante produtor e consumidor mundial de chocolate, ainda é preciso que as pessoas tenham acesso a um produto de qualidade e alto padrão alimentar, tal como observado nos EUA e em países da comunidade europeia. Em 1978, a legislação brasileira determinava que o teor de cacau no chocolate fosse de 35%. Em 2005 foi aprovado o regulamento que reduziu esta proporção para 25%. De acordo com a Associação das Indústrias

Processadoras de Cacau - AIPC (2013), em 2002, para cada tonelada de amêndoa de cacau processada, produzia-se 1,77 toneladas de chocolate, enquanto em 2011, para cada tonelada de amêndoa de cacau processada, produziam-se 2,96 toneladas de chocolate (+ 67%), havendo, portanto, uma diminuição no percentual dos derivados do cacau no chocolate. Além da mudança na legislação, isso também pode ser explicado pela maior venda de produtos com menor teor de cacau, como bombons.

Nos países europeus, a Diretiva nº 197/23, publicada em 03/08/2000 no Jornal Oficial das Comunidades Europeias, estabelece as regras relativas à composição, características de produção, acondicionamento e rotulagem dos produtos de cacau e chocolate, e determina que o chocolate é um produto obtido do cacau e de açúcares, contendo, no mínimo 35% de matéria seca total de cacau, dos quais, pelo menos 18% de manteiga de cacau isenta de gordura. Para a produção de chocolate em flocos exige-se o mínimo de 32% de cacau. O mesmo ocorre nos EUA, onde o percentual mínimo de cacau exigido no chocolate é de 35%. Diante do exposto é imperativo considerar que os consumidores brasileiros tenham acesso a produtos com alto valor nutritivo e que assegurem benefícios à saúde, tal como observado nos principais mercados consumidores.

Para fim de proteção do consumidor, a legislação brasileira prevê o princípio da identificação obrigatória da mensagem publicitária, determinando que o consumidor receba a informação de forma clara e precisa (CDC, Art. 36), a fim de que não haja publicidade enganosa e abusiva (CDC, Art. 37) e que seja suficientemente precisa, independentemente da forma ou meio de comunicação que seja veiculada (CDC, Art. 30). Desse modo previne-se quanto à afirmação falsa ou enganosa, ou que haja omissão quanto à natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia dos produtos ou serviços, sob pena de detenção de três meses a um ano, além de multa (CDC, Art. 66). No caso em que o anunciante sabe que se trata de mensagem enganosa ou abusiva (CDC, Art. 67), há também pena de detenção de três meses a um ano, além de multa. No que se refere à legislação sanitária federal, a Lei 6.437, de 20 de agosto de 1977, configura as infrações e estabelece às sanções respectivas, além de dar outras providências.

O PIB da Cadeia Produtiva do Cacau e Chocolate no Brasil ultrapassa a importância de R\$ 12 bilhões. Tais recursos estão distribuídos nos seguintes segmentos: i) distribuição – 44,2%; ii) indústrias de chocolate – 43,1%; iii) processamento – 4,8%; iv) produção primária – 7,8%; e v) insumos – 0,1%. Este importante complexo agroalimentar envolve 335.000 pessoas no campo, 56.000 pessoas na indústria de derivados do chocolate e 4.300 pessoas na indústria moageira (Associação das Indústrias Processadoras de Cacau - AIPC, 2015). No setor primário, a economia do cacau favorece a 70.000 famílias de produtores, contribui para a sustentabilidade nos biomas Mata Atlântica e Floresta Amazônica e gera trabalho e renda, causando impacto positivo no contexto social, ambiental e econômico para uma população de 6,0 milhões de habitantes. O aumento do teor de cacau no chocolate em um ambiente que haja a integração sinérgica dos elos da cadeia produtiva trará

resultados substantivos para a economia brasileira. Resta, portanto, que sejam implementadas políticas públicas eficazes nas esferas federal e estadual em todas as regiões produtoras e que sejam priorizados todos os segmentos da cadeia.

Este Projeto de Lei, na medida em que propõe o aumento do teor de cacau nos produtos industrializados, influencia na melhoria da qualidade alimentar do chocolate e seus derivados, beneficiando a saúde do consumidor brasileiro.

Sala de Sessões, 16 de maio de 2018

Deputado JOÃO GUALBERTO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I

DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....
CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção I

Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Seção II

Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação](#))

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Seção III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (VETADO).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. ([*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*](#))

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. ([*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*](#))

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão

temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes .

Art. 62. (VETADO).

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.

§ 2º Se o crime é culposo:

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos, na forma deste artigo.

Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

§ 1º As penas deste artigo são aplicáveis sem prejuízo das correspondentes à lesão corporal e à morte. (Primitivo parágrafo único renumerado para § 1º pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação)

§ 2º A prática do disposto no inciso XIV do art. 39 desta Lei também caracteriza o crime previsto no *caput* deste artigo. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação)

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço

ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposo;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

abusiva:
Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

.....
.....
LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977

Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA ,

Faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte

Lei:

TÍTULO I
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

I - advertência;

II - multa;

III - apreensão de produto;

IV - inutilização de produto;

V - interdição de produto;

VI - suspensão de vendas e/ou fabricação de produto;

VII - cancelamento de registro de produto;

VIII - interdição parcial ou total do estabelecimento;

IX - proibição de propaganda; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998\)*](#)

X - cancelamento de autorização para funcionamento da empresa; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998\)*](#)

XI - cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998\)*](#)

XI-A - intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998\)*](#)

XII - imposição de mensagem retificadora; [*\(Inciso acrescido Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)*](#)

XIII - suspensão de propaganda e publicidade. [*\(Inciso acrescido Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)*](#)

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

I - nas infrações leves, de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

II - nas infrações graves, de R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

III - nas infrações gravíssimas, de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais). ([Primitivo § 1º-A acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998](#) e [renumerado com nova redação dada Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência. ([Primitivo § 1º-B acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998](#) e [renumerado Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 3º Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator. ([Primitivo § 1º-D acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998](#) e [renumerado Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
